

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Umbulsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan survei yang sudah dilakukan di Desa Umbulsari merupakan salah satu desa sentra penghasil komoditas buah jeruk yang berada di Kabupaten Jember. Penelitian ini diharapkan agar memperoleh informasi tentang saluran pemasaran, mengetahui besarnya (biaya, keuntungan, dan margin pemasaran), serta mengetahui saluran yang paling efisien di Desa Umbulsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Penelitian ini dilakukan selama bulan Agustus sampai September 2019.

3.2. Populasi dan Penentu Sampel

Petani merupakan produsen utama untuk menentukan populasi dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (sengaja). Menurut Arikunto Suharsimi (1989) *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan diataskan strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak mengambil sampel yang besar dan jauh.

Pengambilan sampel diperoleh dari populasi petani jeruk siam di Desa Umbulsari yang memiliki luas lahan $\geq 250 \text{ m}^2$ berjumlah 140 orang. Dari jumlah 140 petani tersebut diambil sebanyak 34 petani jeruk siam dengan menggunakan teori Slovin sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2) \text{ Jadi } n = 140 / (1 + 140 \cdot 0,15^2) = 33,7 = 34 \text{ orang}$$

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dengan demikian sampel yang diambil sebanyak 34 petani. Kemudian dari 34 petani tersebut dibagi menjadi 2 kriteria. 1) kriteria petani dengan luas lahan

< 0,5 Ha diambil sebesar 45% dan, 2) kriteria petani dengan luas lahan \geq 0,5 Ha diambil sebesar 55% dari total keseluruhan sampel yaitu 34 petani.

Sedangkan untuk menentukan sampel lembaga pemasaran hingga konsumen akhir ditentukan dengan teknik *snowball sampling*, yaitu dengan mengikuti alur pemasaran dengan menjadikan sampel yang pertama sebagai penentu sampel berikutnya. Penentuan sampel dilakukan atas dasar informasi dari sampel sebelumnya.

3.3. Sumber data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden dengan cara wawancara, dan menyebarkan kuisioner kepada petani dan lembaga pemasaran seperti tengkulak, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau bias disebut data tangan kedua yang biasanya diperoleh oleh peneliti dari kantor Desa tempat penelitian.

3.4. Jenis Data

Dalam penelitian ini ada 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder, dapat diketahui sebagai berikut :

1. Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan melakukan wawancara langsung dengan responden, kuisioner, dan dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini berupa :

- a. Harga beli jeruk siam
- b. Harga jual jeruk siam
- c. Biaya pemasaran jeruk siam
- d. Keuntungan pemasaran jeruk siam

Data primer mampu menjelaskan keadaan penelitian yang tidak mampu dijelaskan oleh data sekunder atau bias disebut juga dengan data tangan pertama.

2. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa :

- a. Data kondisi tempat penelitian
- b. Data demografis tempat penelitian
- c. Data topografis tempat penelitian
- d. Data geografis tempat penelitian

Data sekunder ini disebut juga dengan data tangan kedua. Data Sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Data primer dan data sekunder, dapat pula digolongkan menurut jenisnya sebagai data kuantitatif yang berupa angka-angka dan data kualitatif yang berupa kategorikategori.

3.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini yang berjudul “Analisis Pemasaran Jeruk Siam di Desa Umbulsari” menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif, kemudian dilakukan langkah pengolahan dan analisis data. Analisis kualitatif bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran. Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk menganalisis margin pemasaran, distribusi margin, dan *share*.

3.5.1. Analisis Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mensandarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin & Damiyanti: 2011). Untuk mengetahui saluran pemasaran jeruk menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan diagram alir seperti berikut :

Petani → tengkulak → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen

3.5.2. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis ini dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui saluran rantai nilai yang efisien dari berbagai saluran yang terbentuk.

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran (Manggopa, 2013). Untuk mengetahui margin pemasaran dalam penelitian yang berjudul Analisis Pemasaran Jeruk Siam ini menggunakan persamaan sebagai berikut.

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin pemasaran

P_r = Harga jeruk siam di tingkat konsumen

P_f = Harga jeruk siam di tingkat produsen.

2. Distribusi Margin

Distribusi margin adalah pembagaian antara semua komponen biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran suatu komoditas pertanian tertentu dan keuntungan yang didapatkan pada masing-masing lembaga dengan margin pemasaran yang kemudian dikalikan 100%. Distribusi margin dalam penelitian yang berjudul Analisis Pemasaran Jeruk Siam dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut :

1. Distribusi margin untuk biaya yang dikeluarkan

$$\frac{\text{masing masing biaya pemasaran}}{\text{margin pemasaran}} \times 100\%$$

2. Keuntungan yang diperoleh

$$\frac{\text{keuntungan pemasaran}}{\text{margin pemasaran}} \times 100\%$$

3. Share

Share adalah pembagian semua komponen (harga, keuntungan dan biaya) yang terdapat pada masing-masing lembaga saluran pemasaran tersebut dengan

harga jual ditingkat pengecer yang kemudian dikalikan 100%. Share dalam penelitian ini yang berjudul Analisis Pemasaran Jeruk Siam secara umum dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Farmer's share} = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan :

Pf = Harga ditingkat produsen yang diambil dari harga jual ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat pengecer yang diambil dari harga beli rata rata.

1. Share biaya dari masing-masing lembaga

$$\frac{\text{masing masing biaya pemasaran}}{\text{harga jual ditingkat pengecer}} \times 100\%$$

2. Share keuntungan yang diperoleh

$$\frac{\text{keuntungan pemasaran}}{\text{harga jual ditingkat pengecer}} \times 100\%$$

3. Share harga jual yang diperoleh

$$\frac{\text{harga jual pada lembaga pemasaran}}{\text{harga jual ditingkat pengecer}} \times 100\%$$

4. Indeks Efisiensi

Indeks Efisiensi Menurut Gadre dkk (2002), untuk mengetahui besarnya efisiensi pemasaran jeruk siam pada setiap saluran pemasaran dapat digunakan persamaan sebagai berikut :

$$ME = \frac{V}{I} - 1$$

Keterangan :

ME = Indeks efisiensi pemasaran jeruk siam

V = Harga jeruk ditingkat pengecer / harga yang diterima konsumen

I = Jumlah biaya pemasaran jeruk siam yang telah dikeluarkan setiap lembaga

Dimana semakin tinggi nilai efisiensi pemasaran jeruk siam pada setiap saluran pemasaran, maka semakin tinggi pula efisiensi pada saluran pemasaran.

